

Белорусский государственный университет

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе
Белорусского государственного университета

А.В. Данильченко

(подпись)

06.08.15

(дата утверждения)

Регистрационный № УД-129 /уч.

ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности:
1-23 01 15 Социальные коммуникации

2015 г.

Учебная программа составлена на основе:

образовательного стандарта «Высшее образование. Первая ступень. Специальность 1-23 01 15 Социальные коммуникации» (утвержден и введен в действие постановлением Министерства образования Республики Беларусь от 30.08.2013 г., №87);

учебного плана по специальности 1-23 01 15 Социальные коммуникации,
30.05.2013 г., регистрационный № Е 23 198/уч.
(дата утверждения)

СОСТАВИТЕЛЬ:

А.А. Широканова, старший преподаватель кафедры социальной коммуникации Белорусского государственного университета, кандидат социологических наук.

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Кафедра философии учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»;

С. В. Потапенко, доцент кафедры политологии, социологии и социального управления Белорусского национального технического университета, кандидат философских наук, доцент

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой социальной коммуникации Белорусского государственного университета
(протокол № 11 от 28.05.2015 г.);

Научно-методическим советом Белорусского государственного университета
(протокол № 6 от 29.06.2015 г.)

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа дисциплины «Организационные коммуникации» предназначена для реализации на первой ступени высшего образования, разработана в соответствии с типовой учебной программой и учебным планом по специальности 1-23 01 15 Социальные коммуникации. Данная дисциплина входит в цикл специальных дисциплин государственного компонента подготовки специалистов в области социальных коммуникаций. Формальные и неформальные организации являются институциональной основой функционирования современного общества, а регуляция их деятельности, как и обеспечение их функционирования происходят в значительной степени через внешние и внутренние коммуникации.

Цель учебной дисциплины – сформировать у студентов целостные, систематизированные представления о ведущей роли коммуникации в организациях путем изучения теоретико-методологических перспектив и эмпирических закономерностей применения коммуникации в различных областях функционирования организаций. Указанная цель раскрывается через реализацию следующих **задач** данной учебной дисциплины:

1) сформировать основы представлений об организационных коммуникациях и организационном поведении в современной и классической теории организаций;

2) выявить модели организационных структур и их эволюцию на фоне усиления влияния коммуникационных и сетевых процессов на структуру, культуру организации, организационную идентичность;

3) определить основные методы и базовые методики исследования коммуникационных процессов в различных аспектах функционирования организаций;

4) сформулировать ключевые проблемы, метафоры и направления исследований в области организационных коммуникаций.

Учебная дисциплина читается в пятом семестре, что предполагает успешное освоение студентами таких специальных дисциплин, как «История и теория социальных коммуникаций», «Речевая коммуникация», «Массовые коммуникации» в объеме, предусмотренном Образовательным стандартом. Освоение дисциплины «Организационные коммуникации» связано с содержанием дисциплин «Интегрированные маркетинговые коммуникации», «Связи с общественностью», «Методология и методы исследований коммуникации» и призвано способствовать их успешному изучению.

По завершении изучения учебной дисциплины «Организационные коммуникации» студенты должны **знать**:

- эволюцию организационных форм, коммуникационных и информационных технологий;

- механизмы влияния коммуникаций на организационную культуру, организационную идентификацию, на процессы принятия решений, организационного научения, власти и влияния в организации;

- закономерности протекания коммуникативных процессов в организациях традиционных и новых типов организационной структуры.

По завершении изучения учебной дисциплины «Организационные коммуникации» студенты должны **уметь**:

- планировать и осуществлять мероприятия по сопровождению организационных изменений и реформ;
- выявлять ключевые особенности организационного дискурса;
- управлять коммуникациями в организациях и через их посредство – различными аспектами организационного поведения.

После завершения изучения учебной дисциплины «Организационные коммуникации» студенты должны **владеть**:

- методами анализа коммуникативных аспектов организационного поведения;
- основами анализа социальных сетей в организациях;
- приемами управления коммуникациями в организациях.

По своему содержанию дисциплина «Организационные коммуникации» носит междисциплинарный характер и с необходимостью интегрирует релевантные теоретико-методологические разработки из социальной антропологии, социальной психологии, менеджмента, социологии, экономики и других наук.

На изучение учебной дисциплины «Организационные коммуникации» учебным планом отводится всего 158 учебных часов, из них 72 – аудиторных, распределение которых по видам занятий включает 36 лекционных, 28 семинарских часов, 8 аудиторный контроль УСП. Рекомендуемая форма итогового контроля – экзамен.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Подходы к исследованию коммуникационных процессов в организациях

Общая теория организаций. Организация как совокупность социальной технологии, людей, целей, экономических и культурных ресурсов. Организация как система взаимодействующих индивидов. Классические определения организаций (Ч. Барнард, С. Робинс, А. Этциони, М. Вебер и др.). Понятие об организационном поведении. Появление формальных организаций как ответ на сложности администрирования в индустриальных обществах. Этапы исследования коммуникаций в организации. Натуралистские и конструктивистские интерпретации организаций.

Современные теории коммуникативной природы организаций (Ф. Томпкинс, У. Реддинг, К. Вейк, Л. Патнэм, С. Дитц и др.). Идеи о коммуникативном конституировании организаций (Ф. Томпкинс). Процессы производства смысла (sensemaking) в организации как создание общего понимания организации на основе идентичности, ретроспекции, воплощения среды в диалогах, создания нарративов, интерпретации текущих событий, поиска «подсказок» и правдоподобного описания (К. Вейк).

Основные темы исследований организационных коммуникаций: межличностные отношения, коммуникативные навыки и стратегии, организационная культура, информационные потоки, власть и влияние, принятия решений, лидерство, коммуникативные сети, организационные и индивидуальные эффекты коммуникаций, коммуникативные стили, язык организационных коммуникаций, взаимодействие между организацией и средой, коммуникативные технологии, организационные структуры, организационная эффективность, кросскультурные исследования, организационный климат.

Эвристический метод метафор в организационных исследованиях. Метафоры организации (Г. Морган): механизм, организм, мозг, культура, политическая система, тюрьма, инструмент доминирования. Метафоры организационной коммуникации (Л. Патнэм): контейнер, линза, связь, координированное действие, символ/текст, голос, дискурс.

Тема 2. Организационная структура

Внутренние «переменные» организации: цели, люди, технологии, задачи, структура. Классические подходы к организационной структуре: первичность структуры, вторичность коммуникации (метафора контейнера). Параметры организационной структуры: сложность (горизонтальная, вертикальная и пространственная дифференциация, интеграция), формализация, централизация. Идеальные типы организационных структур. Классическая теория бюрократии (М. Вебер): разделение труда, иерархия, формальные правила, обезличенность, процедуры подготовки. Парадоксы бюрократии. Неоинституционализм (П. Димаджио, У. Пауэлл).

Организационная конфигурация как специфическое сочетание значений нескольких переменных, имеющее описательную ценность (Г. Минцберг): простая (предпринимательская), механистическая и профессиональная бюрократии, дивизиональная форма, адхократия (инновационная); дополнительно – миссионерская и политическая. Координационные механизмы в организационных конфигурациях, соответственно: прямой контроль, стандартизация процессов, стандартизация навыков и квалификации, стандартизация выпуска, взаимное согласование, стандартизация норм, политика. Параметры структуры: средства связи, планирование и контроль, тренинг, делегирование, принятие решений, формализация. Задачи диагностики конфигураций: идентификация переменных, определение их комбинаций, определение соответствующих ситуаций, определение последствий, описание логики работы, поиск принципов создания и трансформации организаций. Достоинства и недостатки концепции организационных конфигураций.

Критический анализ традиционных параметров организации. Определяющее влияние внутриорганизационных отношений на организационные паттерны. Разделение централизации и контроля (идея паноптикума у М. Фуко). Взаимосвязи между формализацией и производством смысла, поведением, организационным дискурсом. Различение формального и неформального. Зависимость централизации и формализации от новых информационных технологий.

Традиционные типы организационной структуры: вертикальный функциональный, дивизиональный матричный. Новые типы организационной структуры: командный (team), сетевой, виртуальный. Появление новых организационных форм как реакция на технологические и экономические инновации. Снижение уровней иерархии как ответ на вызовы глобализации. Процессы дезорганизации в современных развитых обществах (М. Кастельс). Характеристики новых организационных форм: использование информационных технологий, гибкость, модульные структуры, глобальная географическая дифференциация, виртуализация, командная форма работы, уплощение иерархии, институционализация внутриорганизационного рынка.

Коммуникативные репрезентации организационной структуры. Понятие «структуры-коммуникации» (Р. Макфи). Профессиональный жаргон как пример «структуры-коммуникации». Концепция опосредования социальных отношений текстами (Д. Смит), которые организуют социальное действие, создают позиции и факты. Разговорная теория организации Дж. Тэйлора. Понимание организаций через нарративы, язык, дискурс. Эквивалентность организации и коммуникации. Организационная структура как продукт коммуникаций. Дискурс как процесс структурирования (организовывания), текст как средство и результат разговора.

Тема 3. Коммуникация в принятии решений в организации

Предположения о рациональности организационных решений и их критика. Классические экономические теории принятия решений: ценностная нейтральность акторов, обладание полной информацией о вариантах решения и

всех последствиях. Неопределенность и риск в принятии решения. «Недосоциализированные» и «пересоциализированные» концепции актора, принимающего решение (М. Грановеттер). «Информативность» новой информации. «Поведенческая» теория Г. Саймона: концепция ограниченной рациональности. Деревья решений и принятие решения на основе предельной полезности.

Нерациональность решений в обыденной жизни. Эвристики доступности, репрезентативности, привязки, моделирования (Д. Канеман, А. Тверски). Предвзятости и способы их ослабления. Понятие субъективной вероятности и вероятностные рассуждения.

Эвристики коллективных решений. Особенности принятия решения в группе. Понятие социальной группы. Социальная фасилитация. Социальная леность. Деиндивидуализация. Сдвиг к риску. Групповая поляризация и ее причины. Группомыслие, или огруппление мышления (И. Джанис): иллюзия неуязвимости, непоколебимая вера в нравственность группы, рационализация, стереотипное представление оппонентов, конформизм, самооцензура. Социально-психологические эксперименты Ф. Зимбардо. «Мудрость толп» (Дж. Шуровьески). Лингвистические и дискурсивные ресурсы групповых решений. Влияние меньшинства как способ получения креативных решений. Условия влияния меньшинства: последовательность, уверенность, лидерство. Проблема эффективности мозгового штурма.

Этические и культурные аспекты принятия организационных решений. Анализ кризисных ситуаций («Форд Пинто», «Энрон») и способы контроля принятия решений в организациях.

Тема 4. Сетевой подход в изучении организационных коммуникаций

Открытие сетевой структуры неформальных межличностных отношений мастерской телефонных панелей в хотторнском эксперименте (1930-е гг.). Теории социального обмена, их роль в объяснении динамики организационных сетей. Идеи новой институциональной экономики. Формальная и неформальная организационные диаграммы, их визуализация. Развитие сетевого подхода в социальных науках в 1970-1980-е гг. (Х. Уайт, М. Грановеттер, Р. Берт и др.). Программное обеспечение для анализа организационных сетей.

Методы анализа социальных сетей в исследованиях организационных коммуникаций. Методы реконструкции неформальной диаграммы: непосредственное наблюдение, выборочное обследование, интервью с информантами, социометрический опросник, техническая фиксация взаимодействий (data mining). Этические вопросы исследования организационных сетей. Эффекты восприятия индивидами своего положения в сети. Эго-сети. Ошибки менеджеров в повседневной диагностике сетей: смешение формальных и неформальных атрибутов. Организационные сети рабочих процессов, советов, дружбы. Связь сплоченности и избыточность информации.

Понятие сильных и слабых связей (М. Грановеттер), информационного брокера (Р. Берт). Роль сетей доступа в поиске работы, мобилизации ресурсов,

диффузии знаний и практик (У. Пауэлл). Сети власти и влияния. Позитивные и негативные свойства различных сетевых конфигураций. Взаимовлияние формальных и неформальных сетей. Фирма как сеть соглашений. Межорганизационные сети и альянсы. Соперничество между иерархиями и сетями. Организационная диагностика и гармонизация внутриорганизационных отношений. Групповое обсуждение неформальной структуры, проектная форма работы и коммуникативные форумы как средства организационных изменений.

Концепция структурной укорененности (М. Грановеттер). Механизмы образования социальных сетей: роль сходства характеристик (гомофилии), географической и/или электронной близости акторов, транзитивности. Личная и групповая реципрокность в образовании сетей.

Социальный капитал организации. Понятие социального капитала (П. Бурдьё, Дж. Коулман). Структуралистские и коннекционистские представления о социальном капитале. Сетевые модели социального капитала: заражение, заметность, замыкание и посредничество (Р. Бёрт). Замыкание, сплоченные группы и доверие (Дж. Коулман), посредничество, структурные дыры (пустоты) и внедрение инновации (Р. Бёрт). Индивидуальный и организационный доступ к ресурсам. Эго-сети и социальный капитал. Оценка социального капитала организаций: агрегация личных связей сотрудников и межорганизационных связей.

Тема 5. Власть и коммуникация в организации

Классические определения власти (М. Вебер, Р. Даль). Мотивационная основа и источники власти. Ограниченность ресурсов организации и конкуренция за них. Коммуникативные средства власти и контроля. Индикаторы власти в анализе социальных сетей. Центральность в сети в подразделениях разного уровня. Виды центральности (Л. Фридман): степени, близости, промежуточности. Связь анализа властных отношений с типом сети, уровнем подразделения, показателями центральности.

Три вида власти (С. Льюкс): принуждение, манипуляция, самоконтроль. Влияние властных отношений на организационную динамику («мобилизация предвзятости», «непринятие решений»). Реляционные и системные концепции власти. Виды власти (Дж. Френс, Б. Рейвен): вознаграждающая, принуждающая, нормативная, эталонная, экспертная, информационная.

Интерпретативный подход к анализу власти: конституирующая роль коммуникации, совместное конструирование доминирующих организационных нарративов. Культура как форма нормативного контроля. Критические теории власти. Идеология как привилегия на интерпретацию и репрезентацию реальности, натурализация существующего порядка. Идеология как источник идентичности и субъективности. Гегемония и право на артикуляцию интересов (А. Грамши). Натурализация господствующего дискурса и борьба за смыслы: кейс «Старбакс». Корпоративная колонизация (С. Дитц) как подчинение структур значений дискурсу бизнес-организаций. Способы действия идеология (Дж. Томпсон): легитимация, сокрытие, унификация, фрагментация, реификация – и их типичные стратегии.

Постмодернистские теории власти. Дискурсивные формы власти. «Режимы истины» (М. Фуко). Власть через самонаблюдение (паноптикум), установление идентичностей и контроль отклонений (Г. Кунда). Дисперсность власти в современных офисах. Изменение роли коммуникации: от репрезентации власти к ее производству самими членами организации.

Тема 6. Роль коммуникации в организационной культуре

Полисемия понятия культуры. Признаки культурных феноменов (М. Элвессон). Изучение «групповых норм» (Ф. Ротлисбергер), «паттернов норм и отношений» в организации (Д. Кац, Р. Кан), «договорного порядка» в организации (Ф. Селзник). Японское экономическое чудо и популярность понятия «организационная культура» в 1970-1980-е гг. Определение организационной культуры (Э. Шейн). Эволюция представлений об организационной культуре от поведенческих к интерпретационным и коммуникационным трактовкам. Культура как эффективность: корпоративная культура как причина или посредник успешного функционирования. Корпоративная культура и организационная культура. «Военная метафора» сильных и слабых организационных культур (Дж. Мартин, П. Фрост) как сторонников унификации или дифференциации.

Основные традиции исследования (организационной) культуры в социальной антропологии: боазианский (Ф. Боас), структурно-функционалистский (Б. Малиновский), символический (Л. Уайт), интерпретивистский (К. Гирц). Гипотеза о «внутренней реальности» культуры. Этическое и эмическое описание (К. Пайк). Порядки интерпретации (К. Гирц). Культура как «определенный образ жизни людей или групп» (Р. Уильямс). Поведенческая этнография. Анализ драм, ритуалов, значимых событий и сценариев. Когнитивная культурология. Культура как организационное знание: разделяемые представления, ценности, верования, интерпретации, схемы и нормы поведения. Знания описательные, рекомендательные и предписывающие.

Культура как идентичность, ментальные программы, управляющие поведением (Г. Хофстеде). Кросскультурные измерения организационной культуры: приоритет процедур/результатов, забота о работниках/продукции, преданность/профессионализм, открытость/закрытость системы, мягкий/жесткий контроль, нормативизм/прагматизм. Организационная культура как климат – совокупность устойчивых характеристик организации, отраженных в индивидуальном восприятии. Социально-психологическое измерение климата: доверие, поддержка, приверженность, участие, открытость. Соотнесение индивидуальных и организационных характеристик культуры. Возможности изменения организации через изменение культуры: кейс корейских авиалиний (М. Гладуэлл).

Коммуникативные подходы. Культура как текст. Данные для анализа: текстовые манифестации (миссия, устав), устные повседневные разговоры и интервью, жаргон, организационные нарративы. Жанры нарративов: реалистический, исповедальный, импрессионистский. Структурный,

герменевтический, дискурсивный анализ текстов. «Богатые» и фрагментарные организационные истории (Д. Бойе). Критический анализ культуры (М. Элвессон, С. Дитц): поиск скрытых линий неравенства, подавления, доминирования, корпоративной колонизации.

Тема 7. Организационная идентичность

Представления о личностной идентичности в социальной психологии, социологии. Социальная идентичность – осознание своих свойств в терминах характеристик социальной группы. Теория социальной идентичности А. Тэджфела и Дж. Тёрнера. Условия (потребность в высокой самооценке) и последствия идентификации (внутригрупповой фаворитизм). Особенности восприятия ин-группы и аут-группы в терминах дисперсии характеристик. Теория социальной категоризации Дж. Тёрнера: роль социального сравнения. Связь личностной и социальной идентичностей. Ситуативность мобилизации идентичности. «Позитивная» и «негативная идентичность» (Э. Эриксон). Аспекты идентичности: когнитивный, аффективный, поведенческий. Факторы групповой идентификации: своеобразие, престиж, выпуклость аутгрупп, конкуренция (Б. Эшфорт, Ф. Маил).

Организационная идентичность как форма социальной идентичности. Идентификация как процесс создания и поддержания идентичности. Соотношение организационной идентичности, лояльности, преданности. Уровни идентификации с организацией: от отчуждения до слияния. Связь между совпадением индивидуальных и организационных целей. Единство целей и ценностей как связь между «корпоративной идентичностью» и корпоративной культурой.

Нарративное конструирование идентичности: ситуативный поиск согласованности (К. Вейк). Идентификация как коммуникативный и дискурсивный процесс. Ролевые конфликты и управление множественностью идентификаций. Дискурсивные ресурсы идентификации. Идентификация и коммуникативные сети. Роль организационного конфликта в формировании идентичности. Условность различения внутренней и внешней коммуникации. Идентичность и напряжение между открытостью и закрытостью. Методы исследования идентичности: этнографическое наблюдение, опросники идентичности и преданности, интервью, нарративный анализ, анализ документов. Опросники организационной идентификации и методика их анализа (Дж. Чейни и П. Томпкинс; М. Эдвардс и Р. Печчеи).

Тема 8. Организационное научение

Организационное и индивидуальное научение (обучение). Обучение – изменение реакции на один тот же стимул (К. Вейк). Организационное научение как способность сотрудников организации обучаться новым знаниям и делать их доступными от имени организации (Г. Хьюбер). Научение когнитивное и поведенческое. Противопоставление учебных и практических проблем (Р. Стернберг).

Основные формы поведенческого научения: респондентное, оперантное и социальное (Б.Ф. Скиннер). Подкрепление и наказание в процессе научения как способ влияния на результат. Виды положительного и отрицательного подкрепления и наказания. Неэффективность положительных наказаний. Теория социального научения А. Бандуры. Социальное научение через моделирование предвидимых последствий; через наблюдение (викарное научение).

Неявное знание (К. Поланьи): с трудом артикулируется, не является общеизвестным в сфере практики. Черты неявного знания: добывается без внешней поддержки, процедурное, напрямую связано с целями. Требования к осознанности, рефлексивности, оправданности, согласованности явного знания. Распространение неявного знания в повседневных разговорах и практиках. «Метод I» (монологическая трансляция) и «метод II» (сотрудничество, переговоры) в получении знания (Дж. Фрост, М. Остерло). Неявные знания как часть «практического интеллекта» и методы их оценки через решение типичных проблемных ситуаций (Р. Стернберг).

Корпоративное обучение как постоянная трансформация явного знания в неявное и снова в явное (спираль). Условия, благоприятные для создания знания: намерение, автономия, созидательный хаос, избыточность, разнообразие. Модель создания знания SECI (И. Нонака, Х. Такеучи): социализация, экстернализация, комбинирование, интернализация.

От индивидуального научения и организационному. Организационная среда как рынок идей. Процессы социального влияния. Теория центрального и периферического путей убеждения. Негативная связь количества уровней иерархии и научения. Защита руководителей от негативной информации («самоназначенные цензоры», умохранители). Экспликация организационных норм и практик как ответ на воздействие плохо обучаемых «новичков» и «девиантов» (Дж. Марч). Научение руководителей: быстрое - ориентированное на принятие решений и изменение организации; медленное - ориентированное на точность.

Социокогнитивный конфликт (В. Дуаз и Г. Мюньи) как средство организационного научения: несовпадение представлений, укорененность когнитивного противоречия в социальных отношениях. Потребность в когнитивном разнообразии. Управление научением через «социальную архитектуру» (И. Богенридер). Параметры проблемной ситуации. Социальная архитектура в условиях технической неопределенности (поиск новых способов решений) и целевой неопределенности (поиск новых задач). Научение с одной петлей и с двойной петлей (К. Арджирис). Роль структурных пустот в получении избыточной информации (Р. Берт). Культурно-интерпретивистский подход к организационному научению (Д. Яноу): внимание к ситуационным значениям в ходе рабочих процессов.

Тема 9. Информационно-коммуникационные технологии в организационных коммуникациях

Понятие информационного общества: сравнение и критический анализ подходов (Ф. Уэбстер). Многообразие опосредованных компьютерами коммуникационных и информационных систем. Сравнение коммуникаций лицом к лицу и компьютерно-опосредованных коммуникаций по критерию ограничений (идентификация отправителя, необходимость знания адреса, избирательность, стоимость доступа, географическая близость, наличие фильтров, ограничение длины сообщения и др.), диапазону передаваемой информации (аналоговая/цифровая, звук и изображение, социальное присутствие и др.), характеру взаимодействия (синхронность, тип обратной связи, скорость ответа), особенностям сети (количество получателей, искажение при перегрузке, критическая масса пользователей).

Трудности формирования доверия и ограничения каналов и скорости коммуникации в компьютерно-опосредованной коммуникации. Теории выбора соответствующего канала коммуникации: теория богатства медиа (Р. Лингл и Р. Дафт, К. Вейк), теория социального присутствия (Дж. Шорт), теория обработки социальной информации (Дж. Салансик и Дж. Пфеффер), теория расширения канала (Дж. Карсон и Р. Змад), теория синхронности медиа (А. Денис и Дж. Валасич), теория социального влияния (Дж. Фалк), теория компенсаторной адаптации (Н. Кок).

Дуализм технологий (В. Орликовски) в контексте теории структуризации Э. Гидденса: технологии и институты как продукты и следствия человеческой деятельности. Структурирующее влияние технологий на организацию: принятие технологии, трансформация организации, институционализация технологии. Влияние организационной структуры на принятие коммуникационных и информационных технологий (жанры коммуникации, организационная культура, эффект социального присутствия, укоренение сетей коммуникации). Факторы взаимной трансформации организационных структуры и информационных технологий.

Снижение иерархичности и перераспределение властных полномочий от руководителей к подчиненным, разрушение организационных границ за счет создания неформальных групп. Кейс организационных изменений в Сбербанке.

Дифференциация различных каналов коммуникации в организациях (коммуникация лицом к лицу, аудио- и видеоконференции, электронная почта) по критериям восприятия социального присутствия, социоэмоционального содержания, возможности равноправного участия, конфликтности, удовлетворенности участников, эффективности и качества решений: экспериментальные данные.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

| Номер | Название раздела, темы | Количество аудиторных часов | | | | Форма контроля знаний |
|-------|--|-----------------------------|---------------------|------------------------------------|----------------|----------------------------|
| | | Лекции | Семинарские занятия | Управляемая самостоятельная работа | Литература | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1.1 | Классическая теория организации. Основные темы исследований. | 2 | | | 8; 9; 31; 36 | |
| 1.2 | Современные теории организации. Метафоры организации и организационных коммуникаций. | 2 | | | 1; 2; 32; 44 | |
| 1.3 | Теории и концепции организации. Номинализм и реализм в исследовании организаций. | | 2 | | 10; 43 | обсуждение |
| 2.1 | Традиционный подход к организационной структуре. Внутренние переменные организации. | 2 | | | 8 | |
| 2.2 | Текстовые и дискурсивные концепции организационной структуры. | | 2 | | 1; 9 | обсуждение |
| 2.3 | Организационные конфигурации. Новые типы организаций. | 2 | | | 4 | |
| 2.4 | Описание структуры организации в терминах коммуникационных процессов | | | 2 | | письм. работа |
| 3.1 | Теории принятия решений. Оценка эффективности решений. | 2 | | | 6; 19; 23 | |
| 3.2 | Эвристики и предвзятости в принятии решений. | | 2 | | 6; 15; 22 | опрос, решение задач |
| 3.3 | Рациональность и иррациональность в принятии решений. Ограниченная рациональность. | 2 | | | 6; 22 | |
| 3.4 | Групповые эффекты принятия решений. Анализ метода мозгового штурма. | | 2 | | 20; 29; 35; 45 | обсуждение |
| 4.1 | Сетевой анализ организационных коммуникаций. Методы анализа организационных сетей. | 2 | | | 3; 8; 24 | |
| 4.2 | Формальная и неформальная организационная структура (анализ кейсов). | | 2 | | 2; 24 | обсуждение |
| 4.3 | Социальный капитал организации: концепции и способы измерения. | 2 | | | 8; 30 | |
| 4.4 | Структурные дыры, информационные брокеры (Р.Берг). | | | 2 | 3; 8 | коллоквиум / письм. работа |
| 4.5 | Социальные сети в хозяйственных отношениях. | 2 | | | 5; 16 | |
| 5.1 | Концепции власти. Виды и формы власти. | 2 | | | 8; 38 | |
| 5.2 | Власть и центральность в сети организации. | | 2 | | 3 | обсуждение |
| 5.3 | Критические и постмодернистские теории власти. | 2 | | | 38 | |
| 5.4 | Дисциплинирующая власть в офисном пространстве | | 2 | | 38 | презентации |
| 5.5 | Способы действия идеологии в организации | | | 2 | 8 | письм. работа |
| 6.1 | Концепции культуры. Виды организационной культуры. | 2 | | | 8 | |
| 6.2 | «Насыщенное описание» (К. Гирц). Критические теории организационной культуры. | | 2 | | 8; 11 | опрос |
| 6.3 | Традиции исследования организационной культуры. | 2 | | | 11; 39 | |
| 6.4 | Постсоветская корпоративная культура. | | | 2 | 7; 13; 25 | письм. работа |
| 6.5 | Межкультурные различия в организационной культуре. | | 2 | | 40; 41, гл.7 | обсуждение |
| 7.1 | Теории личностной и социальной идентичности. | 2 | | | 8; 9; 18; 21 | |
| 7.2 | Сети коммуникации и организационная идентичность | | 2 | | 3; 5; 12; 24 | обсуждение |
| 7.3 | Нарративное и дискурсивное конструирование организационной идентичности; смыслопроизводство. | 2 | | | 1; 9; 28 | |
| 7.4 | Опросники организационной идентификации. | | 2 | | 26; 27 | опрос |
| 8.1 | Теории индивидуального и социального научения. | 2 | | | 8; 14; 34 | |
| 8.2 | Явное и неявное знание. «Практический интеллект». | 2 | | | 33; 35 | |
| 8.3 | Социальная архитектура и научение | | 2 | | 8; 14 | опрос |
| 9.1 | Информационное общество и информационно-коммуникационные технологии. | 2 | | | 37 | |
| 9.2 | Теории возможностей медиасредств. Сравнение коммуникаций лицом к лицу и электронных. | | 2 | | 17 | опрос |
| 9.3 | Влияние новых информационных технологий на организацию. | | 2 | | 42 | обсуждение |

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

ЛИТЕРАТУРА ОСНОВНАЯ

1. Вейк, К. Смыслопроизводство в организациях / К. Вейк. – Харьков: Гуманитарный центр. – 2015. – 320 с.
2. Дафт, Д.Л. Менеджмент / Д.Л. Дафт. – СПб.: Питер, 2015. – 656 с.
3. Кросс, Р. Невидимая сила социальных связей. Как на самом деле работают организации / Р. Кросс, Э. Паркер. – М.: Калидос Паблишинг, 2006. – 296 с.
4. Минцберг, Г. Структура в кулаке: создание эффективной организации / Г. Минцберг. – СПб.: Питер, 2012. – 512 с.
5. Пауэлл, У. Сети и хозяйственная жизнь / У. Пауэлл, Л. Смит-Дор // Экономическая социология [Электронный ресурс]. – 2003. – Т.4, №3. – С. 61-105. – Режим доступа: <http://ecsoc.hse.ru/>. – Дата доступа: 01.03.2015.
6. Принятие решений в неопределенности. Правила и предубеждения / Под ред. Д. Канемана, П. Словика, А. Тверского. – Харьков: Гуманитарный центр. – 2014. – 550 с.
7. Романов, П. В. Социальная антропология организаций: история, антропология и основные методологические принципы / П.В. Романов // Журнал социологии и социальной антропологии [Электронный ресурс]. – 1999. – Т.2, №4. – С. 92-107. – Режим доступа: <http://www.old.jourssa.ru/>. – Дата доступа: 01.03.2015.
8. Сивуха, С.В. Организационная коммуникация / С.В. Сивуха. – Минск: БГУ, 2010. – 120 с.
9. Титц, С. Язык организаций. Интерпретация событий и создание значений / С. Титц, Л. Коэн, Дж. Массон. – Харьков: Гуманитарный центр, 2008. – 324 с.
10. Холл, Р.Х. Организации: структуры, процессы, результаты / Р.Х. Холл. – СПб.: Питер, 2001. – 509 с.
11. Элвессон, М. Организационная культура / Мэтс Элвессон. – Харьков: Гуманитарный центр, 2005. – 458 с.
12. Эшфорт, Б. Теория социальной идентичности в контексте организации / Б. Эшфорт, Ф. Маил // Организационная психология [Электронный ресурс]. – 2012. – Т. 2, №1. – С. 4-27. – Режим доступа: <http://orgpsyjournal.hse.ru/>. – Дата доступа: 01.03.2015.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ

13. Андреева, О. Офисные работники: ритуальные формы поведения / О. Андреева, А. Кимерлинг // Антропология профессий: Сб. науч. ст. / Под ред. П.В. Романова и Е.Р. Ярской-Смирновой. – Саратов: Научная книга, 2005. – С.101-116.
14. Бандура, А. Теория социального научения / А. Бандура. – СПб.: Евразия, 2000. – 320 с.
15. Геберт, Д. Организационная психология. Человек и организация / Д. Геберт, Л. фон Розенштиль. – Харьков: Гуманитарный центр. – 2006. – 623 с.

16. Грановеттер, М. Экономическое действие и социальная структура: проблема укорененности / М. Грановеттер // Экономическая социология [Электронный ресурс]. – 2002. – Т.3, №3. – С. 44-58. – Режим доступа: <http://ecsoc.hse.ru/>. – Дата доступа: 01.03.2015.
17. Гриффин, Э. Коммуникация: теории и практики / Э. Гриффин. – Харьков: Гуманитарный центр. – 2015. – 688 с.
18. Дик, Р. ван. Преданность и идентификация с организацией / Р. ван Дик. – Харьков: Гуманитарный центр, 2006. – 142 с.
19. Димаджо, П.Дж. Новый взгляд на «железную клетку»: институциональный изоморфизм и коллективная рациональность в организационных полях / П.Дж. Димаджо, У.В. Пауэлл // Экономическая социология [Электронный ресурс]. - 2010. – Т. 11, №1. – С. 34-56. – Режим доступа: <http://ecsoc.hse.ru/>. – Дата доступа: 01.03.2015.
20. Зимбардо, Ф. Социальное влияние / Ф. Зимбардо, М. Ляйппе. – СПб.: Питер, 2011. – 448 с.
21. Идентичность. Хрестоматия / Сост. Л.Б. Шнейдер. – М.: МОДЭК, 2008. – 272 с.
22. Канеман, Д. Думай медленно... Решай быстро / Д. Канеман. – М.: АСТ, 2013. – 656 с.
23. Кирхлер, Э. Принятие решений в организациях / Э. Кирхлер. – Харьков: Гуманитарный центр. – 2009. – 176 с.
24. Кристакис, Н. Связанные одной сетью: Как на нас влияют люди, которых мы никогда не видели / Н. Кристакис, Дж. Фаулер. – М.: Юнайтед Пресс, 2011. – 361 с.
25. Купрейченко, А.Б. Оценки организационной культуры у сотрудников с различным отношением к соблюдению нравственных норм делового поведения / А.Б. Купрейченко, Е.Н. Молодых // Организационная психология [Электронный ресурс]. - 2011. - Т.1, №1. - С. 24-38. –Режим доступа: <http://orgpsyjournal.hse.ru>. – Дата доступа: 01.03.2015.
26. Липатов, С.А. «Вовлеченность работника в организацию» или «увлеченность работой»: соотношение понятий / С.А. Липатов // Организационная психология [Электронный ресурс]. - 2015. - Т. 5, №1. - С. 104-110. – Режим доступа: <http://orgpsyjournal.hse.ru/>. – Дата доступа: 01.03.2015.
27. Липатов, С.А. Исследования организационной идентификации в зарубежной психологии / С.А. Липатов, А.В. Ловаков // Национальный психологический журнал [Электронный ресурс]. – 2010. – №1. – С. 70-75. – Режим доступа: <http://www.psy.msu.ru/>. – Дата доступа: 01.03.2015.
28. Ловаков, А.В. Организационная идентификация и приверженность персонала: сходство и различие / А.В. Ловаков, С.А. Липатов // Психология. Журнал Высшей школы экономики [Электронный ресурс]. – 2011. – Т.8, №2. – С. 69-80. – Режим доступа: <http://www.hse.ru/mag/psi/>. – Дата доступа: 01.03.2015.
29. Майерс, Д. Социальная психология / Д. Майерс. – СПб.: Питер, 2015. – 800 с.

30. Мачеринскене, И.М. Социальный капитал организации: методология исследования / И.М. Мачеринскене, Р.В. Минкуте-Генриксон, Ж.Й. Симанавичене // Экономика образования. – 2009. – №2. – С. 28-38.
31. Мильнер, Б.З. Теория организации / Б.З. Мильнер. – М.: Инфра-М, 2014. – 864 с.
32. Морган, Г. Имиджи организации. Восемь моделей организационного развития / Г. Морган. – М., СПб.: Вершина, 2006. – 414 с
33. Мюллер, А.П. Организационная коммуникация / А.П. Мюллер, А. Кизер. – Харьков: Гуманитарный центр, 2005. – 438 с.
34. Пайнс, Э. Практикум по социальной психологии / Э. Пайнс, К. Маслач. – СПб.: Питер, 2000. – 528 с.
35. Практический интеллект / Под ред. Р.Дж. Стернберга. – СПб.: Питер, 2002. – 266 с.
36. Теория организации и организационное поведение / Громова О. [и др.]. – М.: Юрайт, 2014. – 480 с.
37. Уэбстер, Ф. Теории информационного общества / Ф. Уэбстер. – Москва : Аспект-пресс, 2004. - 400 с.
38. Фуко, М. Надзирать и наказывать. Рождение тюрьмы [Электронный ресурс]. - 1999. – Режим доступа: <http://www.gumer.info/>. – Дата доступа: 01.03.2015.
39. Шейн, Э.Г. Организационная культура и лидерство / Э.Г. Шейн. – СПб.: Питер, 2012. – 352 с.
40. Batchelor, B. Starbucks: A case study examining power and culture via radical sociodrama / B. Batchelor, K. Krister // PRism [Electronic resource]. - 2012. – Vol. 9, №2. – Mode of access: <http://www.prismjournal.org/>. – Date of access: 01.03.2015.

ИСТОЧНИКИ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОГО ИЗУЧЕНИЯ И КОНСПЕКТИРОВАНИЯ

41. Гладуэлл, М. Гении и аутсайдеры. Почему одним все, а другим ничего? / М. Гладуэлл. – М.: Юнайтед Пресс, 2013. – 264 с.
42. Карасюк, Е. Слон на танцполе. Как Герман Греф и его команда учат Сбербанк танцевать / Е. Карасюк. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 280 с.
43. Паркинсон, С. Н. Законы Паркинсона: Сборник / С.Н. Паркинсон. - М.: Прогресс, 1989. – 448 с.
44. Риддерстрале, Й. Бизнес в стиле фанк. Капитал пляшет под дудку таланта / Й. Риддерстрале, К.А. Нордстрем. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 288 с.
45. Шуровьески, Дж. Мудрость толпы. Почему вместе мы умнее, чем поодиночке, и как коллективный разум влияет на бизнес, экономику, общество и государство / Дж. Шуровьески. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 320 с.

ЭЛЕКТРОННАЯ ХРЕСТОМАТИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
(переводчик и составитель – к.псих.н., доц. Сивуха С.В.)
по пунктам учебно-методической карты

- 2.2** – 1) Fairhurst, G.T. Reflections on the Organization-Communication Equivalency Question: The Contributions of James Taylor and His Colleagues / G.T. Fairhurst, L.L. Putnam // *The Communication Review*. – 1998. - Vol. 31, No. 1-2. – P. 1-19 (перевод С.В. Сивухи); 2) McPhee, R.D. Organizational structures and configurations / R.D. McPhee, M.S. Poole M.S. // *The New Handbook of Organizational Communication: Advances in Theory, Research, and Methods* / F.M. Jablin, L.L. Putnam (eds.). – Thousand Oaks: Sage Publications, 2001. P. 528-535 (сокр. перевод С.В. Сивухи);
- 4.2** – 1) Molina, J.L. The Informal Organizational Chart in Organizations: An Approach from the Social Network Analysis / J.L. Molina // *Connections*. – 2001. - Vol. 24, No.1. – P. 78-91 (сокр. перевод С.В. Сивухи); 2) Cross, R. Making invisible work visible: Using social network analysis to support strategic collaboration / R. Cross, S.P. Borgatti, A. Parker // *California Management Review*. – 2002. - Vol. 44, No. 2. - P. 25-45 (сокр. перевод С.В. Сивухи);
- 5.2** - Brass, D.J. Centrality and Power in Organizations / D.J. Brass, M.E. Burkhardt // *Networks and Organizations: Theory and Practice* / N. Nohria, R. Eccles (eds.). - Boston, MA: Harvard Business School Press, 1993. – P. 191-215 (сокр. перевод С.В. Сивухи);
- 6.2** – Гирц, К. «Насыщенное описание»: в поисках интерпретативной теории культуры // Антология исследований культуры, Том 1: Интерпретации культуры. – СПб.: «Университетская книга», 1997. - С. 170-199. Перевод Е.М. Лазаревой (в сокращении);
- 7.2** – Kuhn, T. Reengineering Identity: Case Study of Multiplicity and Duality of Organizational Identity / T.R. Kuhn, N. Nelson // *Management Communication Quarterly*. – 2002. - Vol. 16, No. 1. – P. 5-38 (сокр. перевод С.В. Сивухи);
- 8.3** – Bogenrieder, I. Social Architecture as a Prerequisite for Organizational Learning / I. Bogenrieder // *Management Learning*. – 2002. - Vol. 33, No. 2. - P. 197-212 (сокр. перевод С.В. Сивухи);
- 9.2** –Fulk, J. Wired Meetings: Technological Mediation of Organizational Gatherings / J. Fulk, L. Collins-Jarvis // *The New Handbook of Organizational Communication: Advances in Theory, Research and Methods* / F.M. Jablin, L.L. Putnam (eds.). – Thousand Oaks: Sage Publications, 2001. - P. 624-663 (сокр. перевод С.В. Сивухи).

ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ЗАДАНИЙ И КОНТРОЛЬНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ УПРАВЛЯЕМОЙ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

В течение семестра предусматривается выполнение студентами управляемой самостоятельной работы в форме индивидуальных письменных работ со следующим заданием:

1. Опишите в коммуникационных терминах (структурные переменные, организационные конфигурации) и интерпретируйте структуру организации, с которой вы хорошо знакомы. Если информация об организации взята из литературы, кино- или телефильма, сети интернет, приведите исчерпывающую информацию и ссылки на источники.

2. Опишите культуру небольшой организации, известной вам по литературе, фильму, работе или рассказам знакомых или родственников. Сделайте акцент на коммуникативных практиках в рамках конструирования организационной культуры.

По теме «Сетевой подход в изучении организационных коммуникаций» осуществление контроля предусмотрено в виде коллоквиума либо в виде написания письменной работы со следующим заданием: «Спроектируйте исследование неформальной сети в известной вам организации. Обоснуйте выбор метода получения и анализа данных. Какие вопросы будут (не будут) заданы и кому? Какие результаты планируются?»

Индивидуально по теме «Власть и коммуникация в организации» студенты анализируют организацию пространства в современных офисах с точки зрения теории дисциплинирующей власти М. Фуко и представляют результаты анализа в виде презентации на семинаре. Примеры офисов для анализа:

- 1) «[Филипс](#)» и его [обсуждение](#);
- 2) «[Колл-центр “Теле-курс”](#)»;
- 3) «[Компания “Гранд Гифт”](#)»;
- 4) «[Компания “СПЛАТ”](#)»;
- 5) «[Маньяко - рекламное агентство](#)»;
- 6) «[Первая Патентная Компания](#)»;
- 7) «[Роуз Креативные Стратегии](#)»;
- 8) «[Серебряный дождь](#)»;
- 9) «[Технология Игр](#)»;
- 10) «[Эхо Москвы](#)»;
- 11) «[Яндекс](#)»;
- 12) «[Офис епископа Орехово-Зуевского Пантелеимона](#)»;
- 13) «[ABBYY](#)»;
- 14) «[Google](#)»;
- 15) «[GSL Law & Consulting](#)»;
- 16) «[LEGO](#)»;
- 17) «[Студия Артемия Лебедева](#)»;
- 18) «[Pro-Vision Communications](#)»;
- 19) «[TWIGA](#)»;

20) «[Wargaming](http://edu.sociocom.by)».

Дистанционный элемент курса размещен на сайтах: <http://edu.sociocom.by> и <http://edu.i-ic.net> (гостевой пароль - infocom2).

ПЕРЕЧЕНЬ ИСПОЛЬЗУЕМЫХ СРЕДСТВ ДИАГНОСТИКИ РЕЗУЛЬТАТОВ УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Для диагностики результатов учебной деятельности рекомендуется использовать: 1) результаты выполнения индивидуальных **письменных работ** по применению изучаемых концепций в отношении конкретной организации; 2) проведение **коллоквиума**; 3) **презентацию** студентами в аудитории задания по теме «Власть и коммуникация в организации»; 4) решение **задач** на деревьях решений по теме «Коммуникация в принятии решений в организации».

Оценка текущей успеваемости в семестре складывается из четырех компонентов:

- 1) посещаемость занятий (до 10 баллов * 0,17);
- 2) активность на семинарах (до 10 баллов * 0,35);
- 3) управляемая самостоятельная работа (до 10 баллов * 0,35);
- 4) общий рейтинг и дополнительные задания (до 10 баллов * 0,17).

Рекомендуемая **форма отчетности** – экзамен, который может быть проведен как в устной форме, так и в письменной (экзаменационная работа).

ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К СЕМИНАРСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Тема 1. Подходы к исследованию коммуникационных процессов в организациях

1. Как определяют формальные организации? Когда и почему они появились?
2. Реализм и номинализм в определении организации.

Тема 2. Организационная структура

1. Типы организационных структур, их достоинства и недостатки.
2. Организационные конфигурации и их координационные механизмы.
3. Назовите и охарактеризуйте подходы к анализу языка в организационных исследованиях.
4. По каждой концепции определите особенности подхода к структуре организации, которые отличают данную концепцию от остальных (Дейдра Боден, Роберт Макфи, Дороти Смит, Франсуа Курен и Джеймс Тэйлор).

Тема 3. Коммуникация в принятии решений в организации

1. Модели принятия решений (по Лютенсу).
2. Эвристики принятия решений (Канеман и Тверски).
3. Алгоритмы принятия решений.
4. Мозговой штурм. Огруппление мышления.

Тема 4. Сетевой подход в изучении организационных коммуникаций

1. Неформальная структура организации (Х. Молина).
2. «Сила слабых связей» (М. Грановеттер). Параметры сетей.
3. Сети в хозяйственной жизни (занятость, влияние, сотрудничество фирм).
4. Социальный капитал и структурные дыры в организации (Р. Берт).
5. Использование социальных сетей для стратегического сотрудничества.

Тема 5. Власть и коммуникация в организации

1. Критические и постмодернистские концепции власти.
2. Связь центральности и власти в организациях.
3. Паноптикум в современных офисных пространствах.
4. Способы действия идеологии (Дж. Томпсон).

Тема 6. Роль коммуникации в организационной культуре

1. «Насыщенное описание» в интерпретативной теории культуры (К. Гирц).
2. Постсоветская корпоративная культура.
3. Критические исследования организационной культуры (С. Дитц, М. Элвессон).
4. Межкультурные аспекты организационной культуры и их измерение.

Тема 7. Организационная идентичность

1. Теории социальной и личностной идентичности.
2. Опросники организационной идентификации: цель, содержание, применение.
3. Структура организационной идентификации.
4. Дискурсивные ресурсы организационной идентичности: нарративы, легенды, создание значений.

Тема 8. Организационное научение

1. Респондентное и оперантное научение. Социальное научение.
2. Явное и неявное знание. Измерение «практического интеллекта».
3. Модель создания знания SECI (И. Нонака, Х. Такеучи).
4. «Социальная архитектура» для организационного научения (И. Богенридер).

Тема 9. Информационно-коммуникационные технологии в организационных коммуникациях

1. Концепции информационного общества и их критика.
2. Теории возможностей медиасредств: сравнение коммуникации лицом к лицу и электронной коммуникации в организации.
3. Влияние электронных медиа на процесс структурирования организации.
4. Создание значения в электронной организационной среде.

ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ЭКЗАМЕНУ

1. Сравнительные определения организации: подходы и интерпретация.
2. Классическая теория и исследования организационной коммуникации.
3. Коммуникационные («разговорные») теории организаций.

4. Метафоры и темы в исследованиях организационной коммуникации.
5. Переменные внутренней среды организации.
6. Организационная структура и параметры ее описания.
7. Взаимосвязи параметров организационной структуры.
8. Типы организационной структуры: достоинства и недостатки.
9. Классические организационные структуры.
10. Коммуникативные концепции организационной структуры.
11. Организационные конфигурации (Г. Минцберг).
12. Механизмы координации организационных конфигураций.
13. Рациональность и иррациональность в принятии решений.
14. Процедуры принятия групповых решений.
15. Достоинства и недостатки группового способа принятия решений. «Мозговой штурм».
16. Групповое принятие решений: «сдвиг к риску», групповая поляризация.
17. Групповое принятие решений: огруппление мышления.
18. Принятие решений в организации: экономическая модель, поведенческая модель.
19. Формальная и неформальная организационные диаграммы
20. Социальные сети в хотторнском эксперименте.
21. Методы исследования межличностных отношений в организации.
22. Факторы и механизмы образования и разрушения неформальных сетей.
23. Социальные сети и занятость.
24. Сетевое сотрудничество между организациями
25. Процессы диффузии в социальных сетях.
26. Социальный капитал организации.
27. Сети коммуникации в организациях: виды, способы измерения.
28. Социальный капитал организации и «структурные пустоты».
29. Социальный капитал менеджера: способы измерения и оценки.
30. Анализ социальных сетей в организации: обзор и цели применения.
31. Основные понятия и измерения в сетевом анализе (степень, близость, промежуточность/посредничество; плотность, радиус сети).
32. Применение анализа социальных сетей для организационных изменений.
33. Социальная власть в организациях.
34. Коммуникативные средства власти.
35. Критические концепции власти.
36. Дискурсивные формы власти (М. Фуко).
37. Применение свойств паноптикума в организации.
38. Сети власти и влияния.
39. Интерпретация центральности в сети в терминах власти.
40. «Способы действия» идеологии (Дж. Томпсон) и их применение в организациях.
41. Соотношение власти и центральности в сетевой структуре
42. Понятие культуры и методы исследования культуры.
43. Основные темы в исследованиях организационной культуры.

44. История исследований организационной культуры.
45. Методы исследования организационной культуры.
46. Сравнительные исследования организационной и национальной культуры Г. Хофстеде.
47. Постсоветская корпоративная культура (П. Романов).
48. Организационная культура как «текст».
49. Организационная культура как «разговор» и смыслопорождение (К. Вейк).
50. Организационная символика как инструмент организационной коммуникации.
51. Метафоры и изменение организационной культуры (критический подход).
52. Социальная идентичность и социальная категоризация.
53. Теории личностной и социальной идентичности.
54. Стратегии преодоления негативной социальной идентичности.
55. Внешние коммуникации и организационная идентичность.
56. Внутренние коммуникации и организационная идентичность.
57. Методы исследования организационной идентичности.
58. Методы исследования организационной идентичности.
59. Построение опросника об организационной идентификации. Опросник Дж. Чейни.
60. Организационная идентичность и социальные сети в организации.
61. Дискурсивные ресурсы организационной идентичности
62. Теории индивидуального и коллективного научения.
63. Респондентное и оперантное научение в организации.
64. Связь индивидуального и коллективного научения.
65. Явное и неявное знание.
66. Неявное знание и практический интеллект.
67. Трансляция практического (неявного) знания.
68. Организационный контекст и научение.
69. Текучесть кадров и организационное научение.
70. Научение в организациях через социокогнитивный конфликт
71. Социальная архитектура для организационного научения
72. Подходы к определению информационного общества: содержание и критика.
73. Новые организационные формы и коммуникационно-информационные технологии.
74. Факторы принятия новых информационных технологий в организациях.
75. Теории богатства информационных каналов и социального присутствия.
76. Компьютерно-опосредованная коммуникация: сравнение с коммуникацией лицом к лицу.

ПРИМЕРНЫЕ ТЕМЫ ПИСЬМЕННЫХ ЭКЗАМЕНАЦИОННЫХ РАБОТ

1. Дискурсивное конструирование организационной структуры.
2. Нарративное конструирование организационной идентичности.
3. Сетевой анализ межорганизационных коммуникаций.

4. Исследования социальных сетей в организациях.
5. Сетевые формы сотрудничества (в бизнесе).
6. Социальный капитал организации: способы измерения.
7. «Сети малого мира» в организационных исследованиях.
8. Внешние коммуникации организации и организационная идентичность.
9. Постструктуралистские и постмодернистские концепции власти в организационной науке.
10. Связи между организационным и индивидуальным научением.
11. Влияние новых сотрудников на организационное научение.
12. Компьютерно-опосредованная коммуникация в организации.

ТРЕБОВАНИЯ К ПИСЬМЕННОЙ ЭКЗАМЕНАЦИОННОЙ РАБОТЕ

Общие требования

Письменная экзаменационная работа по жанру ближе всего к эссе – относительно свободному авторскому рассуждению на заданную тему. Объем работы не должен превышать 5 страниц формата А4, рекомендуемый шрифт – Times New Roman, кегль - 12-14.

Работа представляется на кафедру за три дня до экзамена в 10:00. Работы, представленные за двое суток до экзамена, оцениваются на один балл ниже. После 15:00 за два дня до экзамена экзаменационные тексты не рассматриваются. Работы, как правило, сдаются в напечатанном виде.

Структура работы

Вводный абзац обозначает намерения автора и общий контекст, необходимый для понимания последующего изложения. Читатель должен понять, о чем пишет (и о чем не пишет) автор и чего можно ждать от текста. Как правило, введение заканчивается утверждением (тезисом), который будет доказан в тексте. Тезис – это предложение, которое очевидно и полно выражает основную идею и позицию автора. Тезис выражает мнение или намерение автора и предполагает развитие, обоснование и объяснение в основной части эссе.

В каждом абзаце *основной части* обычно обсуждается один небольшой аспект тезиса, сформулированного во введении. В совокупности абзацы основной части должны полностью раскрывать заявленный автором тезис. Абзацы должны быть логически связаны между собой и связывать введение и заключение.

Заключению достаточно посвятить последний абзац. Заключительный абзац должен подводить итог работе, возможно, с использованием иных слов, чем в основной части. Способность выразить мысль разными словами является признаком того, что автор достиг высокой степени рефлексии собственной позиции. Заключение может содержать решение обсуждаемой проблемы, рекомендации или предсказание.

Критический анализ (книги, статьи, теории) принято начинать с краткого изложения тех идей публикации, которые автор намерен обсудить. Во второй части работы эти идеи последовательно обсуждаются и оцениваются. Важно

показать, как автор критической работы понимает высказанные в литературе идеи, то, каким образом эти идеи связаны между собой, на какие свидетельства и доказательства опирается автор и считает ли автор эти доказательства убедительными и непротиворечивыми. В заключении работы кратко излагаются основные пункты критики либо дается общая оценка работы и рекомендации.

Критерии оценки:

1. Сформулирована авторская позиция (тезис);
2. Позиция подкреплена аргументами и доказательствами;
3. Продемонстрировано видение разных позиций;
4. Факты (о поведении) отделены от субъективного мнения;
5. Тема раскрыта полностью (задействована основная литература);
6. Текст хорошо структурирован и логично выстроен;
7. Делаются точные ссылки на литературу;
8. Текст написан в хорошем стиле (последовательно, целостно, связно);
9. Работа самостоятельна и не является плагиатом.

Предложенные темы в основном носят проблемный характер, не предполагают простых и однозначных ответов. Позиция автора эссе может значительно отличаться от позиции экзаменатора. Оценивается не угадывание мнения экзаменатора, а качество, связность и полнота аргументации собственной позиции автора.

Самостоятельный поиск литературы и использование ее в экзаменационной работе поощряются. Важно, чтобы литература была релевантна теме работы и имела признанный академический статус (не была популярной).

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ

| Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование | Название кафедры | Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине | Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)* |
|---|---------------------------------|---|--|
| Интегрированные маркетинговые коммуникации, Связи с общественностью, Методология и методы исследований коммуникации | кафедра социальной коммуникации | нет нет нет | Согласование не требуется, протокол заседания кафедры социальной коммуникации №11 от 28.05.2015г. |

* При наличии предложений об изменениях в содержании учебной программы по изучаемой учебной дисциплине

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ

на _____ / _____ учебный год

| № п/п | Дополнения и изменения | Основание |
|-------|------------------------|-----------|
| | | |

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры социальной коммуникации (протокол № ____ от _____ 20__ г.)

Заведующий кафедрой

к. с. н., доцент _____ О.В. Терещенко
(подпись)

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета философии и социальных наук

д. с. н., профессор _____ А.В. Рубанов
(подпись)